

**PENGARUH PERSEPSI KEMANFATAAN, KEAMANAN DAN
KETERSEDIAAN FITUR TERHADAP MINAT NASABAH
MENGUNAKAN INTERNET *BANKING*
(STUDI KASUS BANK MUAMALAT KC BINTARO JAYA TANGERANG
SELATAN)**



SKRIPSI

**Disusun untuk Melengkapi Syarat-syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**

Oleh:

KHOIRUL ROZIKIN

NIM : 1407025144

NIMKO : 3954020214143

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA
TAHUN 2020 M/1442 H**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Nasabah Pada Internet Banking”** merupakan hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.
3. Jika di kemudian hari terbukti bahwa karya ini merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain, maka bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.

Jakarta, 19 Oktober 2020



(Khoirul Rozikin)

(NIM: 1407025144)

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Nasabah Pada Internet Banking**” ditulis oleh Khoirul Rozikin, NIM: 1407025144, NIMKO: 3954020214143, telah disetujui untuk diajukan ke dalam sidang. Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

Pembimbing

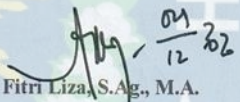




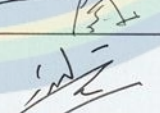
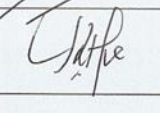

(Rahmat Dahlan, SE.I, M.Si)

PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Keamanan, Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Nasabah Pada Internet Banking”, ditulis oleh Khoirul Rozikin, NIM: 1407025144, NIMKO: 3954020214143, diujikan pada Oktober 2020, diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM
Dekan,


Fitri Liza, S.Ag., M.A.

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Fitri Liza, S.Ag., M.A.</u> Ketua		01/12/2020
<u>Ai Fatimah Nur Fuad, Lc., MA., Ph.D</u> Sekretaris		4/12/2020
<u>Rahmat Dahlan, S.E., M. Si</u> Anggota/Pembimbing		7/12/2020
<u>Nur Melinda Lestari SE.i, MH</u> Anggota/Penguji I		27/11/2020
<u>Yanti Budiasih, SE., MM.</u> Anggota/Penguji II		02/12/2020

ABSTRAK

Khoirul Rozikin, Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Nasabah pada Internet *Banking* Bank Muamalat KC Bintaro Jaya (Studi Kasus Pada PT. Bank Muamalat Kantor Cabang Bintaro Jaya Tangerang Selatan). Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemanfaatan, keamanan dan ketersediaan fitur Terhadap Minat Nasabah Pada Internet *Banking*. Sampel pada penelitian ini adalah nasabah Bank Muamalat Bintaro Jaya Tangerang Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, penulis menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan informasi dari responden, sedangkan sampel pada penelitian ini berjumlah 98 nasabah dan menggunakan *Random Sampling*. Penelitian ini menggunakan metode Analisis regresi linier berganda.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kemanfaatan (X_1), Keamanan (X_2), Ketersediaan Fitur (X_3) dan variabel dependen Minat nasabah (Y). Dari hasil analisis dengan tingkat signifikansi 5% menunjukkan bahwa Kemanfaatan 0,000, Keamanan 0,022 dan Ketersediaan Fitur 0,000 berpengaruh positif terhadap minat nasabah secara parsial. Secara simultan dengan signifikansi sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa variabel Kemanfaatan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah pada Internet *Banking*.

Kata Kunci : Minat Nasabah, Bank Muamalat, Internet Banking

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
G. Penelitian Terdahulu yang Relevan	9
H. Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Persepsi	16
B. Persepsi Kemanfaatan.....	20
C. Keamanan.....	21
D. Ketersediaan Fitur (<i>feature Availability</i>)	25
E. <i>Internet Banking</i>	26
F. Minat.....	28
G. Hubungan Antar Variabel	30
H. Kerangka Berpikir.....	31
I. Hipotesis	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
A. Ruang Lingkup Penelitian	34
B. Metode Pengumpulan Data	38
C. Metode Pengolahan Data	39
D. Metode Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN	45
A. Gambaran Umum Bank Muamalat	45
B. Gambaran Umum Responden	47
C. Hasil Kuesioner	52
D. Uji Kualitas Data	58
E. Uji Asumsi Klasik	61
F. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	65
G. Uji Hipotesis	67
H. Pembahasan	71
BAB V PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	<u>75</u>
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Pengguna Internet di Dunia	1
Tabel 1. 2 Jumlah Pengguna Layanan Internet Banking dan Mobile Banking..	6
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	35
Tabel 3. 2 Bobot Nilai Menggunakan Skala <i>Likert</i>	38
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	47
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia	48
Tabel 4. 3 Karakteristik Pendidikan terakhir	50
Tabel 4. 4 Karakteristik Pekerjaan	51
Tabel 4. 5 Frekuensi Statistik Variabel Persepsi Kemanfaatan	53
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Variabel Faktor Persepsi Kemanfaatan	54
Tabel 4. 7 Frekuensi Statistik Variabel Keamanan	54
Tabel 4. 8 Deskripsi Jawaban Variabel Faktor Keamanan	55
Tabel 4. 9 Frekuensi Statistik Variabel Ketersediaan Fitur	56
Tabel 4. 10 Deskripsi Jawaban Variabel Faktor Ketersediaan Fitur.....	56
Tabel 4. 11 Frekuensi Statistik Variabel Minat	57
Tabel 4. 12 Deskripsi Jawaban Variabel Minat	58
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Instrument Variabel Persepsi Kemanfaatan	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Instrument Variabel Keamanan	59
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Instrument Variabel Ketersediaan Fitur.....	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Instrument Variabel Minat	59
Tabel 4.17 Hasil Uji Realibilitas Variabel Persepsi Kemanfaatan	60
Tabel 4.18 Hasil Uji Realibilitas Variabel Keamanan	60
Tabel 4.19 Hasil Uji Realibilitas Variabel Ketersediaan Fitur	61
Tabel 4.20 Hasil Uji Realibilitas Variabel Minat.....	61
Tabel 4.21 Hasil Uji Autokorelasi	63
Tabel 4.22 Hasil Uji Heteroskedastisitas	64
Tabel 4.23 Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 4.24 Uji regresi Linier Berganda	66
Tabel 4.25 Hasil Uji t.....	68

Tabel 4.26 Hasil Uji F..... 69

Tabel 4.27 Hasil Uji Koefisien Determinasi 70



DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	48
Grafik 4.2 Karakteristik Usia Responden	49
Grafik 4.3 Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden.....	50
Grafik 4.4 Karakteristik Pekerjaan Responden.....	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Hasil Uji Normalistik P-Plot (Probability Plot) 62



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Masyarakat kita terutama yang hidup diperkotaan atau kota-kota besar sudah tidak asing lagi jika mendengar kata bank. Bahkan sekarang ini sebagian besar masyarakat pedesaan pun sudah terbiasa mendengar kata bank, terlebih lagi hingar bingar dunia perbankan semenjak indonesia dilanda krisis beberapa waktu yang lalu yang diikuti bubarkannya puluhan bank. Pengenalan bank dari sebagian masyarakat ini baru sebatas dalam artian sempit. Masyarakat mengenal bank masih yang ada kaitannya dengan tabungan atau kredit, selebihnya banyak yang tidak tahu, padahal begitu banyak layanan bank yang dapat dinikmati oleh masyarakat saat ini.

Setiap muslim dituntut berbuat sesuatu terkait kemajuan teknologi tanpa mengabaikan nilai ketuhanan. Hal tersebut berbeda dengan ilmuan barat yang kian mengagungkan rasionalitas, bahkan menggantungkan ilmu dan teknologi sebagai kekuatan hidup mereka beranggapan bahwa penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi dapat menundukkan langit dan bumi.

Tabel 1.1**Pertumbuhan Pengguna Internet di Dunia**

NAMA NEGARA	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
CHINA	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0	829.0
INDIA	167.2	251.6	252.3	283.8	313.8	356.3	560.0
USA	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1	292.8
BRAZIL	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9	149.0
INDONESIA	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0	143.2
JEPANG	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4	118.6
RUSIA	70.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6	109.5

Sumber : www.kominfo.go.id

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa indonesia menempati posisi ke 5 di dunia dengan pengguna internet paling banyak di dunia, tercatat setiap tahunnya indonesia mengalami peningkatan, pada tahun 2019 pengguna internet di indonesia mencapai angka 143,2. (Kominfo)

Belakangan ini peran teknologi tidak hanya sebagai faktor pendukung, namun berkembang pesat menjadi aspek penentu bagi kemajuan dunia perbankan yang kompetitif. Bank yang tidak mengedepankan teknologi dalam pelayanannya cenderung sulit untuk maju dan berkembang. Keunggulan teknologi yang

diterapkan bahkan dapat membangun kepercayaan publik. (Ikatan Bankir Indonesia, 2014)

Menyadari semakin ketatnya persaingan yang terjadi di dunia bisnis ini, kualitas pelayanan perbankan semakin meningkat dan persaingan pada jasa perbankan semakin kompleks pasca keluarnya penjaminan terbatas (dana nasabah) yang dilakukan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Hal ini membuat setiap perbankan harus berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya agar kepuasan nasabah dapat terwujud. Sementara dari sisi produk, banyak bank menawarkan produk yang hampir mirip. Salah satu hal yang bisa membedakan bank satu hal dengan yang lainnya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanannya, sehingga pelayanan merupakan faktor utama yang mampu menentukan kelangsungan kegiatan nasabah, termasuk dalam menarik minat para nasabah.

Aktivitas jasa perbankan, akhir-akhir ini merupakan aktivitas yang diharapkan oleh bank untuk dapat meningkatkan pendapatan bank yang berasal dari fee atas jasa perbankan tersebut. Beberapa bank berusaha untuk meningkatkan teknologi dan sistem informasi agar dapat memberikan pelayanan jasa yang dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Pelayanan yang dapat memuaskan nasabah adalah pelayanan jasa yang cepat dan akurat. Saat ini harapan-harapan nasabah dalam pelayanan jasa bank adalah kecepatan dan keakuratannya, sehingga bank berlomba-lomba untuk selalu berinovasi dalam memberikan layanan produk layanan jasanya (Ismail, 2010).

Dalam upaya meningkatkan layanan konsep dasar teknologi informasi di industri perbankan dan mempermudah akses nasabah atau pelangganya, perbankan menggunakan dan selalu meng-update teknologi informasi dan komunikasi yang ada. Untuk mencapai prestasi yang semakin meningkat, perbankan membutuhkan peranan teknologi informasi untuk mempercepat pertumbuhannya, dari berbagai bidang industri, perbankan merupakan perusahaan mengadopsi terbesar teknologi informasi, penggunaannya sangat meluas baik untuk efisiensi internal maupun kepentingan nasabah. Teknologi informasi yang menjadi penunjang maju dan berkembangnya pelayanan jasa perbankan seperti *Electronic Banking* atau *E-Banking*. *E-Banking* juga perlu memperhatikan beberapa unsur pemasaran untuk memasarkan jasa tersebut. Beberapa unsur pemasaran yang akan digunakan adalah unsur-unsur bauran pemasaran jasa. Bauran pemasaran adalah alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan positioning yang ditetapkan dapat berjalan sukses (Hamdanai, 2001).

Transaksi E-Banking dapat dilakukan dimana saja, dibelahan bumi manapun, selama ada jaringan layanan data dan dapat berakses. Transaksi dapat dilakukan 24 jam serta real-time (Supriyono, 2011).

E-Banking adalah salah satu upaya dari pihak perbankan untuk mempermudah akses bagi para nasabahnya dalam bertransaksi. Dalam hal ini nasabah tidak lagi dibingungkan oleh berbagai proses layanan yang dapat menghambat aktivitas mereka

seperti : Mengantri, harus datang langsung ke bank saat melakukan transaksi dan lain sebagainya. Dengan adanya E-Banking nasabah bisa bertransaksi langsung tanpa harus membawa uang tunai atau dapat melakukan transfer uang tanpa harus datang ke teller.

Internet Banking menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi perbankan. Keuntungan dari menyediakan layanan internet banking bagi bank adalah internet banking bisa menjadi solusi murah pengembangan infrastruktur dibanding membuka outlet ATM. Tetapi internet banking juga membuka peluang timbulnya kejahatan. Seperti halnya masalah kewanitaan dan kerahasiaan data-data pribadi maupun keuangan dalam internet banking seringkali dipertanyakan oleh nasabah sebelum mereka memutuskan untuk menggunakan internet banking. Internet banking yang mampu meyakinkan nasabahnya akan keamanan dan kerahasiaan data-data nasabah akan memperoleh kepercayaan dari nasabah.

Persepsi nilai tergantung pada cara pelanggan menghubungkan berbagai atribut produk yang relevan dengan dirinya sendiri. Penelitian ini hanya memasukkan beberapa persepsi inti konsumen yang dianggap mampu mewakili alasan mengapa konsumen kepuasan terhadap penerimaan suatu teknologi baru. Persepsi-persepsi tersebut adalah persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan (Hasan, 2010).

Persepsi kemanfaatan merupakan salah satu faktor dari kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *E-Banking*, hal ini didukung oleh penelitian

sebelumnya, Khoirul (Sanaji, 2016) dan Johanes (Frima, 2018) menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Dalam suatu sistem informasi, aspek keamanan sangatlah penting. Hal yang menyangkut keamanan pada sistem pada sistem informasi perusahaan, terutama bagi perusahaan perbankan yaitu terkait dengan data-data perbankan yang bersifat sangat rahasia. Keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan disebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik (Budi, 2003) maka dari itu keamanan dalam menggunakan online banking adalah terjaminnya dana dan data nasabah dari resiko kehilangan atau pencurian ketika melakukan transaksi dari online banking.

Selain itu, fitur merupakan perlengkapan untuk interaktivitas nasabah adalah kriteria penting yang menarik perhatian para nasabah di dalam penyampaian jasa internet banking. Terdapat beberapa konstruk yang menjadi indikator ketersediaan fitur (*feature availability*). Pada penelitian sebelumnya terdapat pada skripsi Sri Ambar Wahyuningsih : “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet *Banking* Studi Kasus BNI Syariah KC Yogyakarta”, IAIN Salatiga Tahun 2019, Penelitian membahas Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet *Banking* berbeda dengan penelitian penulis dimana menggunakan variabel X Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap

Minat Nasabah Menggunakan Internet *Banking* Studi Kasus Bank Muamalat KC Bintaro Jaya Tangerang Selatan dan penelitian sebelumnya terdapat pada skripsi Arius Juliansya : “Pengaruh Teknologi Informasi Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet *Banking* Studi Kasus BNI Syariah Palembang”, Jakarta Tahun 2019, berbeda dengan penelitian yang peneliti tulis dengan menggunakan variabel X Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet *Banking* Studi Kasus Bank Muamalat KC Bintaro Jaya Tangerang Selatan.

Tabel 1.2

Jumlah Pengguna layanan Internet *Banking* KC Bank Muamalat Bintaro Jaya

Layanan	2015	2016	2017	2018	2019
Internet Banking	523	1463	1150	1284	762

Sumber: Bank Muamalat Bintaro Jaya tanggal 13 Juli 2020

Terlihat dari data di atas pengguna Internet Banking mengalami pertumbuhan nasabah yang tidak signifikan dari mulai tahun 2016 memiliki 1463 pengguna, pada tahun 2017 memiliki 1150 pengguna dan pada tahun 2018 memiliki 1284 pengguna Internet Banking. Data diatas menunjukkan pengguna Internet Banking Bank Muamalat Cabang Bintaro Jaya mengalami penurunan fluktuatif.

Hal ini menunjukkan bahwa minat nasabah pada layanan Internet Banking mulai mengalami penurunan pada Bank Muamalat KC Bintaro Jaya. Hal ini disebabkan penggunaan mobile banking terus meningkat dengan pesat sehingga menggeser penggunaan internet banking karena fasilitas yang lebih mudah menggunakan mobile banking yang terus berkembang dan juga dalam menggunakan mobile banking lebih praktis hanya membutuhkan jaringan internet.

Untuk itu minat nasabah dalam menggunakan *Internet Banking* mengalami penurunan yang fluktuatif. Oleh sebab itu, untuk meningkatkan kepercayaan nasabah pada jasa perbankan dan pemahaman nasabah dalam pengguna fasilitas *Internet Banking* hal ini sangat penting bagi saya untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, KEAMANAN DAN KETERSEDIAAN FITUR TERHADAP MINAT NASABAH PADA INTERNET BANKING STUDI KASUS PT. BANK MUAMALAT KC BINTARO JAYA TANGERANG SELATAN BANTEN”**.

B. Identifikasi Masalah

1. Menurunnya minat nasabah pengguna *Internet Banking* Bank Muamalat KC Bintaro Jaya dibandingkan pengguna *Mobile Banking*.
2. Kurangnya fitur-fitur yang memadai pada *Internet Banking* sehingga tidak dapat memenuhi kebutuhan nasabah.
3. Layanan *Internet Banking* memiliki sistem yang rumit sehingga manfaat pada *Internet Banking* tidak dapat dirasakan secara fisik.

C. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian hanya memfokuskan ke arah *Internet Banking* tidak memfokuskan penelitian ke yang lainnya untuk menarik minat nasabah, agar tidak keluar dari pembahasan yang ingin di teliti.

D. Rumusan Masalah

Pada penelitian skripsi minor ini, dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi Kemanfaatan mempengaruhi minat nasabah menggunakan *Internet Banking* pada Bank Muamalat KC Bintaro Jaya ?
2. Apakah Keamanan mempengaruhi minat nasabah menggunakan *Internet Banking* pada Bank Muamalat KC Bintaro Jaya ?
3. Apakah Ketersediaan Fitur mempengaruhi minat nasabah menggunakan *Internet Banking* pada Bank Muamalat KC Bintaro Jaya ?
4. Bagaimana Persepsi Kemanfaatan, Keamanan, dan Ketersediaan Fitur secara bersamaan mempengaruhi minat nasabah menggunakan *Internet Banking* ?

E. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat nasabah Bank Muamalat KC Bintaro Jaya dalam menggunakan layanan *Internet Banking*.

2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh keamanan terhadap minat nasabah Bank Muamalat KC Bintaro Jaya dalam menggunakan layanan *Internet Banking*.
3. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh ketersediaan fitur terhadap minat nasabah Bank Muamalat KC Bintaro Jaya dalam menggunakan layanan *Internet Banking*.
4. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh persepsi kemanfaatan, keamanan dan ketersediaan fitur KC Bintaro Jaya dalam menggunakan layanan *Internet Banking*.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian tugas akhir ini adalah:

1. Bagi penulis, selain sebagai bahan masukan juga merupakan pengalaman yang dapat menambah pengetahuana penulis khususnya mengenai dunia perbankan.
2. Bagi Bank Muamalat KC Bintaro Jaya, dapat menjadi salah satu sumbangan pemikiran dan informasi dalam pengambilan keputusan perusahaan.
3. Bagi Bank Muamalat KC Bintaro Jaya, dapat menambah sarana informasi dan referensi bagi mahasiswa program Studi Perbankan Syariah pada khususnya dan sebagai bahan bacaan ilmiah dipergustakaan pada umumnya.
4. Bagi akademisi dalam perkuliahan dapat diterapkan sebagai media pengembang ilmu pengetahuan mengenai layanan *Internet Banking*. Juga sebagai bahan perbandingan bagi yang tertarik sehingga dapat dikembangkan lebih lanjut dan bermanfaat.

G. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Tabel 1.3

Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	Sri Ambar Wahyuningsih, Istitut Agama Islam Negeri Salatiga, 2019.	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Internet Banking</i> Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel	Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>internet banking</i> di	Dalam penelitian yang saya teliti tidak menggunakan variabel Resiko terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. Berbeda dengan penelitian Sri Ambar dimana penelitiannya menggunakan metode	Dalam penelitian ini sama-sama membahas minat nasabah dalam menggunakan internet banking. Persamaan dalam penelitian ini sama-sama menggunakan

		<p><i>Intervening</i> (Studi Kasus Nasabah BNI Syariah KC Yogyakarta).</p>	<p>bank BNI Syariah, variabel kemanfaatan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>internet banking</i>. Variabel risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nasabah</p>	<p>kuantitatif dengan teknik sampel purposive.</p>	<p>metode kuantitatif.</p>
--	--	--	--	--	----------------------------

			<p>menggunakan internet banking.</p> <p>Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking .</p>		
2.	Intan Fitriyani, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga	Analisis Pengaruh Manfaat Produk, Kemudahan, Kenyamanan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat produk,	Perbedaan dalam penelitian ini adalah dalam penelitian yang saya teliti membahas minat	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan

	Yogyakarta, 2017.	, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Loyalitas Pengguna <i>Internet Banking</i> (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo)	kemudahan, kenyamanan, keamanan dan ketersediaan fitur secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna Bank Mandiri Syariah KCP Ambarukmo	nasabah menggunakan internet banking sedangkan penelitian Intan membahas tentang Loyalitas Nasabah menggunakan Internet banking. Uji Heteroskedastisit as yang digunakan yaitu menggunakan uji Scatterplot.	n variabel Keamanan dalam menggunaka n fasilitas internet banking. Metode yang digunakan dalam penelitian ini sama-sama menggunaka n metode regresi linier berganda.
3.	Arius Juliansya, UIN Syarif	Pengaruh teknologi Informasi Kemudahan,	Hasil penelitian secara simultan	Dalam penelitian yang peneliti teliti tidak membahas mengenai	Persamaan yang dibahas sama-sama membahas

<p>Hidayatullah Jakarta, 2018.</p>	<p>Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Internet Banking</i> (Nasabah BNI Syariah Palembang).</p>	<p>menunjukkan bahwa fitur layanan, kemudahan, risiko dan informasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>internet banking.</i></p>	<p>teknologi informasi dan Resiko dalam menggunakan Internet Banking. Perbedaan dalam metode penelitian ini adalah Arius menggunakan teori slovin sampling dalam menentukan jumlah responden.</p>	<p>minat nasabah dalam menggunaka n internet banking dan sama sama membahas fitur layanan intenet banking. Metode yang digunakan dalam penelitian ini sama-sama menggunaka n metode regresi linier berganda.</p>
--	---	--	---	--

4.	<p>Ilham Octaviansyah, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019.</p>	<p>Analisi Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Bank Dalam Menggunakan <i>Internet banking</i> (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BCA)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan variabel persepsi teknologi, kemudahan dan fitur layanan berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap proses keputusan dalam menggunakan <i>internet banking</i>.</p>	<p>Dalam penelitian ini berbeda dengan penelitian Ilham, penelitian yang peneliti teliti membahas kemanan dalam menggunakan internet banking terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. Dalam penelitian Ilham metode yang digunakan dalam menentukan jumlah responden menggunakan metode</p>	<p>Penelitian yang dibahas peneliti sama-sama menggunakan fitur layanan internet banking dan minat nasabah dalam menggunakan internet banking. Metode yang digunakan dalam penelitian ini sama-sama menggunakan</p>
----	---	--	--	---	---

				puroposive sampling.	n metode regresi linier berganda.
5.	Risma Afifah, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017.	Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan dan Ketersediaan Fitur Terhadap penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri.	Hasil penelitian ini menunjukka n bahwa secara parsial manfaat, Kemudahan, Kepercayaan dan Ketersediaan Fitur berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Mobile Banking dan	Perbedaan dalam penelitian yang peneliti teliti adalah tidak membahas tentang penggunaan internet banking melainkan Internet banking. Metode Heteroskedastisit as yang digunakan oleh Risma menggunkan uji gletsjer.	Dalam penelitian ini memiliki persamaan variabel yang digunakan yaitu kemanfaatan dan ketersediaan fitur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini sama-sama menggunaka

			secara simultan Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan dan Ketersediaan Fitur berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Mobile Banking.	n metode regresi linier berganda.
--	--	--	--	---

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran tentang isi laporan secara keseluruhan, maka penulis membagi sistematika penulisan skripsi ini kelima bab, yang masing-masing adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Membahas tentang Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, Kajian Pustaka Terdahulu, Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menguraikan teori-teori tentang pembahasan faktor penggunaan fasilitas *Internet Banking* dalam menarik minat nasabah pada PT. Bank Muamalat KC Bintaro Jaya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pengertian Metodologi, Jenis dan Tempat Penelitian, Sumber Data, dan Teknik Penulisan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penjelasan hasil pembahasan mengenai faktor-faktor penggunaan fasilitas *Internet Banking* dalam menarik minat nasabah pada PT. Bank Muamalat Kantor Cabang Bintaro Jaya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari hasil penelitian atau pembahasan dan saran untuk Bank Muamalat dan saran untuk akademik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad dan Pambuhdi, Bambang Setiyo. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Persepsi Kemudahan, Keamanan, dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking*, Jurnal Studi Manajemen, Vol. 8, No. 1, April 2014.
- Basuki, Agus Tri dan Prawoto, Nano. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2017.
- Basyar, Khoirul dan Sanaji. *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Niat Beli Uang Secara Online dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening*, Jurnal Bisnis dan Manajemen, Volume 8, No. 2, Februari 2016.
- Dahlan, Rahmat. *Persepsi Nazhir Terhadap Wakaf Uang, Ekonomi Islam*, Vol.5, No. 2, September 2015.
- Damsar dan Indrayani. *Pengantar Sosiologi Perdesaaan*, Jakarta: KENCANA, 2016.
- Hartono, Frans Mardi. *Paradigma Baru Manajemen Indonesia*, Bandung : PT Mizan Pustaka, 2009.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Ikatan Bankir Indonesia. *Memahami Bisnis Bank Syariah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Ikatan Bankir Indonesia. *Memahami Bisnis Bank*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Ikatan Bankir Indonesia. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Ikatan Bankir Indonesia. *Strategi Sukses Bisnis Bank*, Jakarta : Gramedia Putaka Utama, 2017.
- Irmadhani dan Nugroho, Mahendra Adhi. *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan*

- Online Banking* Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, *Jurnal Kajian Pendidikan Akuntansi*, Vol. 1, No. 3 2012.
- Ismail, Manajemen Perbankan. Jakarta: Kencana Prenamedia Group, 2010.
- Jahja, Yudrik. *Psikologi Perkembangan*, Jakarta : PRENADAMEDIA GROUP, 2011.
- Johannes dan Frima, Widdy. *Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna LPSE*, *Jurnal Digest Marketing*, Vol. 3, No. 1, Januari – Juli, 2018.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Persepsi, <https://kbbi.web.id/persepsi>.
- Kennedy, John E dan soemanegara, R. Dermawan. *Marketing Communication (Taktik & Strategi)*, Jakarta : PT. BHUANA ILMU POPULER, 2006.
- Kountur, Ronny. *Metode Penelitian: Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, Jakarta: Buana Printing, 2009.
- Laksana, Giga Bawa dkk. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.26 No.2 September 2015.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdanai, A. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba 4, 2001.
- Machfoedz, Mahmud. *Pengantar Pemasaran Modern*, Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan, 2005.
- Morissan. *Periklanan (Komunikasi Pemasaran Terpadu)*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Otoritas Jasa Keuangan. *Bijak Ber-eBanking*, Jakarta : Otoritas Jasa Keuangan, 2015.
- Pertiwi, Fita dan Adhivinna, Vidya Vitta. *Pengaruh Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepercayaan Nasabah dalam Menggunakan Interner Banking di Yogyakarta*, *Jurnal Universitas PGRI Yogyakarta* Vol 11 No 1, 2014.
- Pratiwi, Alini Anggun Eka. Pengaruh Total Asset Turn Over, Net Profit Margin dan Return On equity terhadap harga saham pada perusahaan food dan beverage

- yang listing di BEI tahun 2009-2011, *e-Journal Jurusan Akutansi Fakultas Ekonomi*, 2014.
- Rahardjo, Budi. *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*. Jakarta: PT. Insan Indonesia, 2003
- Riswandi, Budi Agus. *Aspek Hukum Internet Banking*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2005.
- S, Andyka Rahkmad dkk. Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Penggunaan Youtube dengan Pendekatan TAM, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, VOL. 3, No. 1 2013.
- Sefrina, Andin. *Deteksi Minat Bakat Anak*, Yogyakarta : Media Pressindo, 2013.
- Sudjmitka, Farnsiska Vania. Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com, *Jurnal AGOR*, Vol.5 No.1 2017.
- Sugiyono. *Cara Mudah Menyusun : Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, Bandung : ALFABETA, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sunaryo. *Psikologi untuk Keperawatan*, Jakarta: Buku Kedokteran EGC, 2004.
- Suoriyono, Maryanto. *Buku Pintar Perbankan*, Yogyakarta: ANDI, 2011.
- Surat Edaran Bank Indonesia, tanggal 20 April 2004.
- Tri, Agus dan Prawoto, Nano. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017.
- Umar, Husein. *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan: Pradigma Positivistik dan Berbasis Pemecahan Masalah*, Jakarta: Rajawali Press, 2013.
- Wibowo, Setyo Ferry dkk. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *E-Money Card*, *Jurnal Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol.6, No.1 2015.

Yusuf, A. Muri. *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*,
Jakarta : Kencana, 2017.

